

Der Franchise-Geber

In „Q-Regio“-Läden in Berlin und Brandenburg werden Produkte von rund 100 regionalen Direktvermarktern im Franchise-System verkauft.



Foto: Bauernkäserei Wolters

Pieter Wolters, Geschäftsführer der Bauernkäserei Wolters in Brandenburg, hat das Konzept Q-Regio ins Leben gerufen.

Hof Direkt: Wie ist die Idee zu Q-Regio entstanden?

Pieter Wolters: Als klassischer Direktvermarkter sind wir beim Aufbau unserer Vertriebswege den gleichen Weg gegangen wie viele andere auch, also über den Verkauf auf Wochenmärkten und den Austausch des Sortimentes mit anderen Hofläden. Doch wir mussten feststellen, dass das Potenzial und der regelmäßige Absatz in diesen Marktkanälen begrenzt ist. Wir wollten eine ständige Präsenz der Produkte dort, wo viele Kunden einfach zu erreichen sind – in den Städten. So haben wir 2003 das erste Geschäft in der Kreisstadt Prenzlau eröffnet. Um das Sortiment attraktiv zu gestalten, haben wir viele Produkte von anderen Anbietern aus der Region zugekauft. Aus dem ersten Geschäft entstand 2005 die Idee, das Konzept über ein Franchise-System zu multiplizieren. 2006 entstand schließlich das erste Franchise-Geschäft.

Hof Direkt: Hat sich das Konzept bewährt?

Pieter Wolters: Auf jeden Fall. Mittlerweile gibt es sechs Q-Regio-h.o.f.läden, vier in der Uckermark, eins in Berlin-Kreuzberg und eins in Potsdam-Babelsberg. Momentan sind wir mit einer bestehenden Franchise-Partnerin in der Planung für ein weiteres Geschäft in Berlin-Prenzlauer Berg. Wir konzentrieren uns zunächst auf die Region Berlin-Brandenburg, insbesonde-

re auf den Großraum Berlin.

Hof Direkt: Wie funktioniert das Franchise-System in der Praxis?

Pieter Wolters: Wir bieten interessierten Menschen ein erprobtes Vermarktungskonzept, mit dem sie sich eine eigene Existenz aufbauen können. Die Franchise-Nehmer zahlen eine Einstiegsgebühr von 5 000 € sowie eine laufende Franchise-Gebühr von 2 % des Netto-Umsatzes. Dafür führen sie den Q-Region-Laden als selbstständiger Kaufmann, sind allerdings verpflichtet, die von uns vorgegebenen Standards einzuhalten, etwa in der Ladeneinrichtung oder der Sortimentsgestaltung. Von Anfang an erhalten sie dabei von uns Unterstützung, etwa bei der Standortsuche, der Finanzierung sowie der Planung des Geschäftes. Außerdem unterstützen wir die Franchise-Nehmer mit einem zentralen Marketing.

Hof Direkt: Welche Eigenschaften erwarten Sie von Ihren Partnern?

Pieter Wolters: Unsere Franchise-Partner sollten ein Faible für besondere, hochwertige Lebensmittel haben. Außerdem sollten sie kaufmännisch versiert sein und selbst im Laden stehen.

Hof Direkt: Und was bieten Sie Ihren Kunden?

Pieter Wolters: Unsere Geschäfte heißen Q-Regio-h.o.f.läden – zum einen, weil die Produkte von den Höfen

der Region kommen. Zum anderen verbinden wir mit h.o.f. die Begriffe handwerklich, original und frisch. Die Anbieter, mit denen wir zusammenarbeiten, sind in der Regel Direktvermarkter, die ihre Produkte zum Teil nach ganz alten Verfahren herstellen.

Hof Direkt: Ist das Sortiment in allen Q-Regio-Läden identisch?

Pieter Wolters: Wir haben insgesamt rund 1 000 Artikel von etwa 100 Lieferanten im Sortiment. Prinzipiell werden alle Warengruppen abgedeckt. Dazu gehört ein umfangreiches Angebot an Käse- und Wurstspezialitäten, Milchfrischprodukte, Backwaren, Säfte, Brände, Weine, Bier, Fruchtaufstriche, aber auch Naturkosmetik und Naturhandwerk. Neben einem Stamm an Produkten, die in allen Läden angeboten werden, gibt es auch solche, die für einzelne Läden spezifisch sind. Dazu gehört zum Beispiel das Brot oder der Honig.

Hof Direkt: Wer entscheidet über Sortiment und Preisgestaltung?

Pieter Wolters: Über das Sortiment entscheiden wir prinzipiell als Franchise-Geber in einem kleinen Team. Manchmal testen wir ein neues Produkt zunächst in einem Laden, und bei Erfolg bringen wir es dann in alle Geschäfte. Dabei suchen wir entsprechend unserer Philosophie stets Produkte aus der Region, die eine besondere

Herstellung vorweisen können und darüber hinaus auch einen Geschichte erzählen.

In ihrer Preisgestaltung sind die Franchise-Partner frei; sie bekommen von uns aber Preisempfehlungen. Unterschiedliche Standortvoraussetzungen und -kosten machen auch unterschiedliche Preise notwendig. Doch aufgrund der gleichen Einkaufsbedingungen liegen die Preise in einem ähnlichen Rahmen.

Hof Direkt: Gibt es feste Abnahmeverträge mit den Lieferanten?

Pieter Wolters: Viele der Produzenten sind mit uns Schritt für Schritt gewachsen. Es besteht ein festes Vertrauensverhältnis. Aber wir werden zukünftig immer mehr mit Abnahmeverträgen arbeiten, um die Sicherheit auf beiden Seiten zu erhöhen.

Hof Direkt: Sind Q-Regio-Läden eine Konkurrenz für die klassischen Hofläden?

Pieter Wolters: Ich würde das genau anders sehen. Wir erreichen die Kunden in den Städten und Ballungszentren. Mit unseren Q-Regio-h.o.f.läden bieten wir den Produkten eine Bühne und machen sie zum Teil erst bekannt. Dadurch wächst bei den Kunden der Wunsch, auf die Höfe zu fahren und die Betriebe kennenzulernen. Die klassischen Hofläden profitieren vom Erlebniseffekt. Hier wächst eine Vertrauensbeziehung, die für alle Beteiligten hilfreich ist.

Silvia Richter